

*Д.Ю. Пекарский, 3 курс**Научный руководитель – Ю.В. Игнатенко, доцент**Полесский государственный университет*

Привлекательность продукта не дает 100 % гарантии относительно его успешной продажи. Для этого покупатель должен быть хорошо проинформирован о его существовании и убежден в его отменном качестве. Поэтому важной составляющей маркетинговой стратегии любой компании является коммуникационная политика, определяющая способы взаимодействия производителя с конкретным сегментом рынка. Наиболее эффективным методом продвижения товара считается реклама.

Реклама — это двигатель торговли. Реклама представляет собой информацию, подлежащую распространению в любой форме и любым способом, направленную на привлечение внимания к предмету рекламирования, формирование или поддержание на заданном уровне интереса к нему и его успешную продажу [1].

Рассмотрим рекламную деятельность на примере ОАО «Волковысский мясокомбинат».

Сотрудниками бюро маркетинга и рекламы, а также бюро управление качеством проводится ряд мероприятий по информированию потребителя о продукции. К ним относятся

- размещение информации на упаковке и этикетке о сроках годности и условиях хранения продукции;
- нанесение информации о рекомендациях по приготовлению на этикетку, упаковку.
- предоставление торговым организациям ассортиментного перечня продукции, который содержит информацию о наименовании продукции, сроке годности, цене и штрих-код,
- распространение по торговым объектам каталога продукции;
- разработка и предоставление в торговые предприятия листовок о новых видах продукции с рецептами по приготовлению,
- размещение подробной информации о продуктах, а также рецепты приготовления на официальном сайте предприятия.

Рекламными мероприятиями, осуществляемыми ОАО «Волковысский мясокомбинат» являются:

- размещение видеороликов на телевидении (ОНТ, Беларусь-1, СТБ, ВолковыскТВ) и на мониторах в маршрутных такси;
- ротация рекламных роликов на республиканских и областных радиостанциях (телерадиокомпания «Гродно», «Брест», «Витебск», «Гомель», «Могилев», радио «Би-Эй», «Рокс» и «Хит-FM»), а также на локальном радио в крупных торговых сетях;
- наружная реклама (размещение рекламных баннеров на билбордах в гг. Минск, Гродно, Гомель, Лида);
- реклама на транспорте (размещение рекламы на бортах троллейбусов в г. Гродно, Минске и Гомеле);
- реклама в печатные издания (размещение рекламных модулей в каталогах, справочниках, периодических изданиях);
- участие в отечественных и зарубежных выставках, ярмарках и конкурсах;
- проведение расширенных дегустаций продукции;
- реклама в местах продаж (плакаты, монетницы, наклейки, разделители);
- разработка и распространение фирменных рекламных модулей, каталогов продукции и буклетов;
- изготовление изделий с фирменной символикой;
- проведение мероприятий по стимулированию спроса (предоставление холодильного оборудования, предоставление скидок) [2].

Информация об ОАО «Волковысский мясокомбинат» постоянно размещается в периодических и специализированных изданиях, а также в других средствах массовой информации. Размещенные статьи или модули информируют потребителя о внедрении новой техники или технологии на предприятии, новой продукции, о результатах выставочно-ярмарочной деятельности, о достижениях, наградах и дипломах общества. Корреспонденты СМИ лично общаются с руководителем предприятия. В своем интервью генеральный директор знакомит потребителей с новыми техноло-

гиями и принципами работы предприятия, а также делится планами на будущее. Потребители всегда могут уточнить интересующую их информацию или задать вопросы, связавшись со специалистами предприятия по телефонной или факсимильной связи или отправив письмо по электронной почте.

Затраты на рекламу для повышения конкурентоспособности продукции и поддержания имиджа предприятия представлены на рисунке.

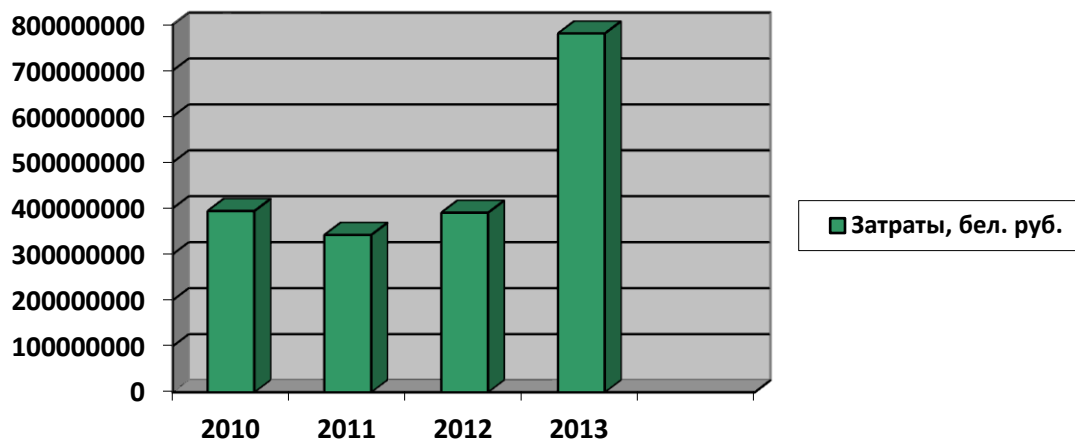


Рисунок — Ежегодные затраты на рекламу, бел. руб.

Значительное увеличение затрат на рекламу в 2013 году связано с рекламной кампанией, направленной на информирование покупателей об основных характеристиках пельменей торговой марки «Пельменych», на телеканале ОНТ, а также на увеличение количества проведения дегустаций продукции.

Таким образом, рекламная деятельность предприятия с каждым годом улучшается, применяются различные методы продвижения своей продукции, в частности реклама, что следует из повышения затрат на данный метод.

#### Список использованных источников

1. Реклама. – 2014. – Режим доступа: <http://www.hedoet.ru> Дата доступа: 15.03.2014.
2. Экономический бюллетень 2014 № 2 / Научно–исследовательский институт Министерства Экономики Республики Беларусь. – Минск, 2014. – 9 с.